

Hund auf Lebenszeit vereinigt wurden. So gemütlich, trotz dem „Spöök in de Heid“ geht es im ganzen Buche zu. Zwei Kapitel aus einem unvollendeten Roman, die ebenfalls in dem Büchlein enthalten sind, lassen darauf schließen, daß dem Verfasser an umfangreicheren literarischen Formen der epische Atem nicht ausgeht. Das Plattdötsch ist leicht verständlich, einige „Fremdwörter“ versteht man mühelos aus dem Zusammenhang. Prof. Paul Helms hat das Büchlein mit liebevoller Einfühlungsgabe ganz prächtig illustriert, taktvoll, ohne die Phantasietätigkeit des Lesers zu stören. Wie es sein soll. Preis: RM. 2.80.

Das Farbenmischen. Herausgeber: Der Reichsorganisationsleiter der NSDAP. Verlag der Deutschen Arbeitsfront, Berlin. Ein systematischer Lehrgang des Druckfarbenmischens, eingeteilt in 12 Übungstage. Der große Fortschritt gegenüber früheren Unterweisungen ist der, daß beim Unterricht nicht mehr mit Wasserfarbe und Pinsel gemalt und gemischt wird, sondern die Kunst des Farbenmischens wird gelehrt mit echten Druckfarben, Glasplatte und Spachtel. Neben dem Lehrgang (72 Seiten Din A 4) erhält der Lernende einen Kasten (von Springer & Möller A.-G., Druckfarbenfabriken, Leipzig-Leutzsch) mit 22 Lehrtafeln zum Üben und Vergleichen, eine Tafel, die die Farben, die sich beim Mischen vertragen und nicht vertragen, anzeigt, ein Merkheft zum Eintragen des Gelernten, zwei Broschüren „Druckschwierigkeiten in der Praxis“ und „Die Echtheitseigenschaften der Druckfarben“ und eine farbige Tabelle „Entstehung der Druckfarben“. Der Lehrgang ist bearbeitet von Rudolf Engel-Hardt, Leipzig.

Anhalter Anzeiger. 1763—1938. Jubiläumsausgabe. Verlag: Hofbuchdruckerei C. Dünnhaupt K.-G., Dessau. 74 Seiten mit einer achtseitigen Offsetdruckbeilage, Format 30x46 cm. Wertvolle Beiträge aus allen Wissens- und Kultursphären füllen die durch fesselnde Abbildungen unterbrochenen Spalten. Von den vorgeschichtlichen Hünengräbern bis zu Dessau als „Junkersstadt“ ist ein langer Weg, und es ist nicht zu verwundern, wenn es darüber viel zu berichten gibt. Bunt war dies Geschehen, und bunt und reichhaltig ist der Inhalt dieser fast enzyklopädischen Jubiläumsausgabe.

10 Minuten Werbepaxis. HVW-Werbewinke. Heft 1. Plakatanschlag in Hamburgs Hoch- und Untergrundbahnhöfen. Beispiel einer Großwerbung. HVW-Werbewinke Heft 2. Hamburger Verkehrsmittelwerbung GmbH., Hamburg. Heft 2 führt als Beispiel einer Großwerbung eine Plakatwerbung der Hoch- und Untergrundbahn in Hamburg vor. Wir sehen die Plakate in ihrer Wirkung an Ort und Stelle. Unten rechts und links am Rande der photographischen Abbildungen stehen in kurzen Merksätzen die Gründe, warum man durch Plakate werben soll. Die beiden Broschürchen ergänzen sich gut. „10 Minuten Werbepaxis“ Heft 1, das ebenfalls Abbildungen von Hamburger Hoch- und Untergrundbahnhöfen bringt, aber auch Abbildungen von andern Verkehrsmitteln — wirkt vor allen Dingen durch einen eindringlichen und überzeugenden Text, der kurz und treffend alles anführt, was für den Kunden Vorteilhaftes über Verkehrsmittelwerbung zu sagen ist.

*Weniger
schenken
aber gut!*

GIESEN & FORSTHOFF
FABRIK FEINER STAHLWAREN
SOLINGEN

Das **LETZTE**
herausholen ...

aus einer Werbedrucksache, heißt Kunstdruckpapier verwenden — vor allem bei Rasterbildern (erst recht in mehreren Farben): und zwar Feldmühle-Kunstdruck-Papier vom Werk Krause & Baumann Heidenau. Mit seiner porzellanartigen und porenlos glatten Oberfläche schafft es plastische, in den Tiefen satte und in Feinheiten zarte Drucke.

**DAS
GROSSE
PLUS**

in Druck- und Werbewirkung:

FELDMÜHLE
Kunstdruckpapier